



НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ
З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ І
РАДІОМОВЛЕННЯ

nrada.gov.ua

ПАМ'ЯТКА для ЗМІ під час виборів



*при підготовці матеріалу було використано норми чинного законодавства України

1. Виборчий процес

25 жовтня 2020 року відбудуться чергові вибори депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів. Відповідну Постанову прийнято Верховною Радою України від 15.07.2020 № 795-IX «Про призначення чергових місцевих виборів у 2020 році».

Вибори депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим, депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів на тимчасово окупованих територіях Автономної Республіки Крим, міста Севастополя та в окремих районах, містах, селищах і селах Донецької та Луганської областей **не призначатимуться і не проводитимуться.**

25 жовтня 2020 року разом з черговими місцевими виборами проводитимуться і перші місцеві вибори.

● **27.07.2020**

Чергові місцеві вибори призначаються **не пізніше ніж за дев'яносто днів** до дня виборів.

● **16.08.2020**

Перші місцеві вибори призначаються **не пізніше ніж за сімдесят днів** до дня виборів.

● **05.09.2020**

Початок виборчого процесу.

- Виборчий процес **завершується через 15 днів** після офіційного оприлюднення результатів місцевих виборів у порядку, передбаченому Виборчим кодексом України.

2. Засоби масової інформації

- Під час виборчого процесу розміщують інформаційні матеріали на замовлення виборчих комісій або представництв ЦВК на підставі відповідних договорів.
- **Не можуть допускати замовчування** суспільно необхідної інформації, що стосується перебігу виборчого процесу та подій, пов'язаних з виборами.
- Зобов'язані поширювати інформацію про вибори відповідно до фактів, **не допускаючи перекручування інформації.**
- Повинні намагатися отримувати інформацію про події, пов'язані з виборами, **з двох і більше джерел, віддаючи перевагу першоджерелам.**
- Мають **збалансовано висвітлювати** коментарі кандидатів, партій - суб'єктів виборчого процесу щодо подій, пов'язаних із виборами.

*частини перша та друга статті 49 Виборчого кодексу України

Розцінки вартості

- **Встановлюються** відповідним засобом масової інформації не пізніше як у перший день виборчого процесу - **05.09.2020**.
- **Можуть бути розраховані окремо** для робочих днів і окремо для вихідних та свят, а також окремо для різних за кількістю потенційної аудиторії періодів.
- **Не можуть змінюватися** протягом виборчого процесу.
- **ЗМІ не може надавати знижку** на оплату окремому кандидату, партії - суб'єкту виборчого процесу.

*частина третя статті 54 Виборчого кодексу України

- ЗМІ, що надав ефірний час або друковану площу одному кандидату, партії - суб'єкту виборчого процесу, **не може відмовити** у наданні ефірного часу чи друкованої площі на тих самих умовах іншому кандидату, партії.

- ● ● Ця вимога **не поширюється** на ЗМІ, засновниками (власниками) яких є суб'єкти виборчого процесу.

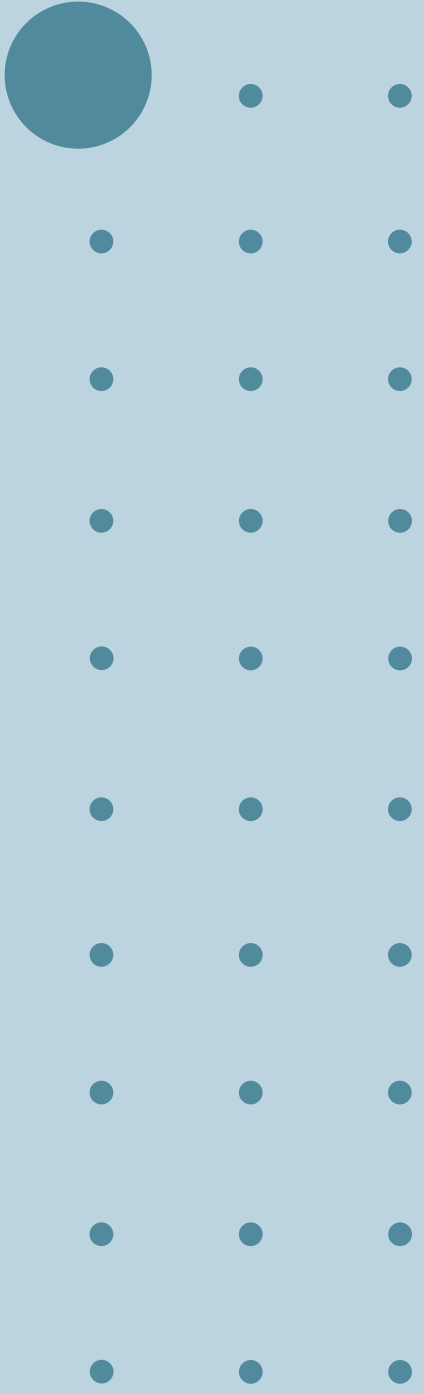
- ЗМІ, їх посадовим та службовим особам і творчим працівникам під час виборчого процесу у своїх матеріалах і передачах, не обумовлених угодами, укладеними відповідно до вимог частини третьої статті 55 і частини другої статті 56 цього Кодексу, **забороняється агітувати** за або проти кандидатів, партій, **оцінювати** їхні передвиборчі програми або **надавати їм перевагу** в будь-якій формі.

- ● ● *частина четверта статті 54 та частина четверта статті 57 Виборчого кодексу України

3. Телерадіоорганізації

- **Самостійно визначають** кількість ефірного часу, присвяченого висвітленню фактів та подій, пов'язаних з виборчим процесом. У зазначених матеріалах телерадіоорганізаціям **заборонено виокремлювати** у своєму ставленні певних суб'єктів виборчого процесу чи надавати їм привілеї.
- **Публікують розцінки вартості** однієї хвилини (секунди) ефірного часу **не пізніше як на третій день (05.09.2020 – 07.09.2020)** після початку виборчого процесу в:
 - газетах «Голос України» та «Урядовий кур'єр» – загальнонаціональні канали;
 - відповідних регіональних та місцевих друкованих ЗМІ – регіональні та місцеві телерадіоорганізації.
- **У разі неопублікування** розцінок вартості ефірного часу в зазначені строки **розміщення** агітаційних матеріалів в ефірі відповідної телерадіоорганізації **забороняється**.

*частина друга статті 49 та частина перша статті 55 Виборчого кодексу України

- 
- **Мають право створювати** та поширювати у прямому ефірі передачі за участю кандидатів, представників партій - суб'єктів виборчого процесу, їх уповноважених, довірених осіб у формі передвиборних дебатів чи дискусій.
 - Такі передачі повинні бути організовані у цикл передач однакового формату з **метою дотримання принципу рівних умов та рівного доступу.**
 - Телерадіоорганізація, яка має намір поширювати зазначені передачі, **оприлюднює відповідну пропозицію**, в якій зазначаються формат передачі, строк, протягом якого необхідно надати згоду на участь у передачі, та вартість участі у такій передачі.

*частина третя статті 49 Виборчого кодексу України

- **Впродовж 20 хвилин до і після** теле-, радіотрансляції передвиборної агітаційної теле-, радіопрограми кандидата, партії **забороняється** у будь-якій формі **коментувати чи оцінювати** зміст, надавати будь-яку інформацію щодо відповідних кандидата, партії.
- **Ефірний час надають** за рахунок коштів виборчого фонду кандидата, партії **на підставі угоди**, що укладається між розпорядником поточного рахунку виборчого фонду кандидата, партії та телерадіоорганізацією. **Без укладення** такої угоди та надходження коштів на рахунок телерадіоорганізації надання ефірного часу **забороняється**.
- **Зобов'язані** здійснювати аудіо-, відеозапис усіх передач, що містять передвиборну агітацію, і **зберігати** відповідні матеріали **впродовж тридцяти днів** після офіційного оголошення результатів виборів.

*частини друга, третя та четверта статті 55 Виборчого кодексу України

- **За письмовими запитами** Центральної виборчої комісії, територіальної виборчої комісії, **Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення** телерадіоорганізації **зобов'язані надавати** всю інформацію про виділення ефірного часу для проведення передвиборчої агітації, а в разі необхідності - копії відповідних угод, платіжних документів та аудіо-, відеозаписи передач на відповідних носіях інформації.
- **Матеріали передвиборної агітації** з використанням електронних (аудіовізуальних) засобів масової інформації **повинні титруватися та/або перекладатися на українську жестову мову** з метою забезпечення їх доступності для осіб з порушеннями зору та слуху з урахуванням вимог, встановлених Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення.

*частини п'ята та сьома статті 55 Виборчого кодексу України

- У разі оприлюднення телерадіоорганізацією результатів інтерактивного опитування аудиторії, що проводиться під час передачі, пов'язаної з виборами, або за участю кандидатів, представників партій - суб'єктів виборчого процесу, учасникам передачі **забороняється коментувати результати** таких опитувань або іншим чином посилатися на них.
- **Протягом всього часу оприлюднення** результатів інтерактивного опитування аудиторії повинно супроводжувати текстове повідомлення «Це опитування відображає думку лише цієї аудиторії», яке має демонструватися на екрані (для телепередач) у формі, сприйнятній для глядача, чи бути озвученим (для радіопередач) чітким текстом диктора або ведучого передачі безпосередньо **перед і після** оприлюднення зазначених результатів.

*частина шоста статті 50 Виборчого кодексу України

Теледебати

- **Теледебати за рахунок коштів державного бюджету обов'язково транслюються на суспільно-політичному загальнонаціональному каналі Суспільного радіо Національної суспільної телерадіокомпанії України, а також можуть безоплатно транслюватися іншими каналами мовлення.**
- **Для трансляції теледебатів іншими каналами мовлення відповідна телерадіоорганізація звертається з письмовою заявою до Національної суспільної телерадіокомпанії України. НСТУ зобов'язана надати телерадіоорганізації, що звернулася з зазначеною заявою, можливість безоплатної трансляції теледебатів.**
- **Витрати, пов'язані з технічним забезпеченням трансляції теледебатів іншими каналами мовлення, покладаються на телерадіоорганізацію, що подала заяву.**
- **Забороняється переривати трансляцію чи ретрансляцію дебатів комерційною рекламою та іншими повідомленнями, анонсами власних програм, передач або в будь-який інший спосіб.**

*частина четверта статті 108 Виборчого кодексу України

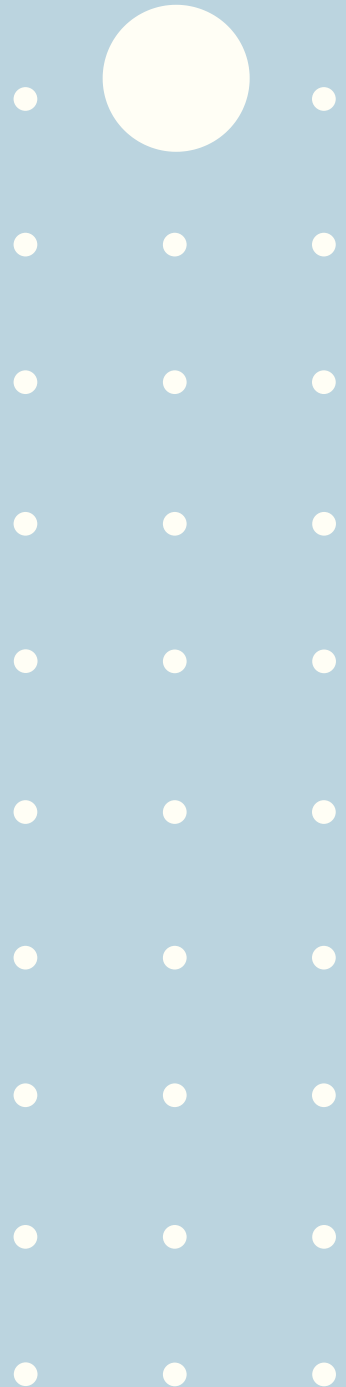
4. Важливо знати!

Політична реклама – інформація у будь-якому вигляді, поширена в будь-якій формі, що має на меті популяризацію діяльності політичної партії (організації партії), привернення уваги до її діяльності та її позиції щодо питань загальнодержавного (місцевого) значення.

До політичної реклами також належать використання символіки або логотипів політичних партій (організацій партій), повідомлення про підтримку видовищних чи інших публічних заходів або привернення уваги до участі у таких заходах.

Політична реклама повинна бути відокремлена від інших матеріалів і позначена як така. Включення до інформаційних теле-, радіопрограм передвиборчих агітаційних матеріалів або політичної реклами **забороняється**.

*стаття 1 Закону України «Про рекламу» та частина восьма статті 57 Виборчого кодексу України



Замовниками політичної реклами, що поширюється за рахунок коштів виборчих фондів кандидатів, партій (організацій партій) під час виборчого процесу для показу телерадіоорганізаціями, можуть бути лише відповідні кандидати, партії.

Впродовж демонстрації політичної реклами, що поширюється за рахунок коштів виборчого фонду партії, обов'язково демонструється прізвище, ім'я та по батькові або найменування замовника у формі текстового повідомлення, що має бути виконане контрастним кольором до фону, займати не менше 15% площі екрана та бути сприйнятним для глядача.

*частина шоста статті 55 Виборчого кодексу України

Передвиборна агітація – це здійснення будь-якої діяльності з метою спонукання виборців голосувати за або не голосувати за певного кандидата, партію (організацію партії) – суб'єктів виборчого процесу. Може здійснюватися у будь-якій формі та будь-якими засобами, що не суперечать Конституції України та законам України.

До передвиборної агітації не належать офіційні повідомлення в період виборчого процесу (без коментарів, які можуть мати агітаційний характер, а також відео-, аудіозаписів, кінозйомок, фотоілюстрацій) про дії кандидатів, пов'язані з виконанням ними службових повноважень, передбачених Конституцією України або законами України.

Прихована передвиборна агітація, а також розміщення або поширення матеріалів передвиборної агітації, не позначеної відповідно до вимог Виборчого кодексу України, забороняються.

*частини перша, третя й п'ята статті 51 Виборчого кодексу України

До **передвиборної агітації** також належить використання символіки або логотипів партії, використання передвиборних слоганів, гасел кандидатів, партій, а також **повідомлення** про проведення видовищних чи інших публічних заходів на підтримку партії, кандидата або про підтримку зазначених заходів суб'єктами виборчого процесу, а також **привернення уваги** до участі у таких заходах партій чи певних осіб як кандидатів.

Забороняється проведення передвиборної агітації в іноземних засобах масової інформації, що діють на території України.

*частина п'ята статті 51 та частина десята статті 57 Виборчого кодексу України

Офіційні повідомлення в період виборчого процесу про дії кандидатів, які є посадовими особами органів державної влади, органів влади Автономної Республіки Крим чи органів місцевого самоврядування, пов'язані з виконанням ними посадових (службових) повноважень, передбачених Конституцією України та законами України, і підготовлені у порядку, передбаченому Законом України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», **не належать до передвиборної агітації.**

Такі офіційні повідомлення **не повинні містити коментарів агітаційного характеру**, а також відео-, аудіозаписів, кінозйомок, фотоілюстрацій про дії зазначених осіб **як кандидатів.**

*частина шоста статті 51 Виборчого кодексу України

5. Нагляд за ЗМІ під час проведення виборів

Здійснюється Національною радою в частині участі ЗМІ та інформаційних агентств в інформаційному забезпеченні виборів, а також при проведенні передвиборної агітації (стосовно електронних (аудіовізуальних) ЗМІ) та центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику в інформаційній та видавничій сферах (стосовно друкованих ЗМІ та інформаційних агентств).

При здійсненні нагляду Національною радою можуть використовуватися матеріали моніторингу, надані зареєстрованими громадськими організаціями, до статутної діяльності яких належать питання виборчого процесу та спостереження за ним.

У разі виявлення порушень, вищевказані органи інформують про це ЦВК або відповідну окружну чи територіальну виборчу комісію, вживають заходів, передбачених законодавством.

*частина четверта статті 49 Виборчого кодексу України